

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Green Marketing* Terhadap *Green Product* (Studi Kasus pada Air Minum Kemasan Water Oxy Pada PT. Retindo Jaya di Kabupaten Cilacap). Dilatar belakangi karena *Green Marketing* dapat dikatakan tidak sekedar menawarkan produk yang hanya ramah lingkungan, tetapi juga mencakup proses produksi, pergantian *packaging*, serta aktivitas modifikasi produk. Sehingga *Green Marketing* harus menjadi perhatian dari pada setiap perusahaan karena dapat mempengaruhi penjualan produk. *Green Product* adalah produk yang tidak mencemari lingkungan, tidak membuang sumber daya atau yang dapat di daur ulang sehingga tidak memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Berdasarkan latar belakang penulis merumuskan masalah sebagai berikut: 1). Bagaimana *green marketing* pada produk Air Minum Kemasan Water Oxy?; 2). Bagaimana *green product* pada produk Air Minum Kemasan Water Oxy?; 3). Bagaimana pengaruh *green marketing* terhadap *green product* pada produk Air Minum Kemasan Water Oxy Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1). Untuk mengetahui *green marketing* pada Air Minum dalam Kemasan Water Oxy.; 2). Untuk mengetahui *green product* pada Air Minum dalam Kemasan Water Oxy.; 3). Untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap *green product* pada Air Minum dalam Kemasan Water Oxy. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik survey. Jumlah populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah konsumen Water Oxy kemasan 600 ml dalam tiga bulan terakhir dimulai dari bulan april-juni 2019 yang berjumlah 61 orang, ukuran sampel yang dipilih adalah sebanyak 61 orang. Adapun hasil yang telah diperoleh melalui analisis data, yaitu : *Green Marketing* (X) berpengaruh terhadap *Green Product* (Y). Artinya bahwa *Green Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Green Product*, sesuai dengan hasil pengujian. Dengan penjelasan tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya *Green Marketing* maka akan meningkatkan pula *Green Product*. Sehingga tentu akan mempengaruhi juga terhadap tingkat

penjualan produk. Perusahaan sebaiknya mampu memberikan harga produk yang bisa bersaing dengan produk pesaing, mampu melakukan inovasi untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

Kata Kunci : *Green Marketing dan Green Product*